



Mots. Les langages du politique

78 | 2005

Usages politiques du genre

Femmes ou politiques ? La représentation des candidates aux élections françaises de 2002 dans la presse hebdomadaire

Cécile Sourd



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/mots/378>

DOI : 10.4000/mots.378

ISSN : 1960-6001

Éditeur

ENS Éditions

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2005

Pagination : 65-78

ISBN : 2-84788-080-1

ISSN : 0243-6450

Référence électronique

Cécile Sourd, « Femmes ou politiques ? La représentation des candidates aux élections françaises de 2002 dans la presse hebdomadaire », *Mots. Les langages du politique* [En ligne], 78 | 2005, mis en ligne le 31 janvier 2008, consulté le 17 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/mots/378> ; DOI : 10.4000/mots.378

Femmes ou politiques ? La représentation des candidates aux élections françaises de 2002 dans la presse hebdomadaire

Analyser les « identités de genre »¹ à partir des représentations véhiculées par certains médias d'information recèle deux intérêts majeurs : celles-ci constituent en effet, dans un même mouvement, un miroir grossissant de la collectivité qu'elles sont censées dépeindre et à laquelle elles sont adressées, ainsi qu'un vecteur puissant d'entretien des stéréotypes de genre. Il semble donc intéressant de se demander, alors que les médias d'information participent largement à la diffusion et à l'entretien des représentations du politique, s'il existe des différences entre les registres discursifs employés pour décrire les actrices et acteurs de ce champ. Une étude² des campagnes électorales de 2002 – présidentielle et législatives – dans la presse hebdomadaire française nous a permis d'identifier le caractère sexué des qualifications des divers(es) candidat(e)s.

Le corpus d'étude, constitué à partir de cinq hebdomadaires aux couleurs politiques variées – *Le Figaro Magazine*, *Le Point*, *L'Express*, *Le Nouvel Observateur*, *Marianne*³ –, entre début janvier et mi-juin 2002, répondait à une exigence majeure, celle de travailler sur un média à même de toucher un vaste public⁴. Or, dans le domaine de la presse écrite, le magazine d'actualité⁵ se présente comme une alternative au quotidien dans son mode de traitement de l'information. À l'actualité de la semaine, nationale et internationale,

1. Expression empruntée à E. Goffman, 2002, dans *L'arrangement des sexes*, Paris, La Dispute, p. 48.
2. C. Sourd, « L'exclusion symbolique des femmes politiques dans les médias. Une analyse des campagnes électorales de 2002 dans la presse hebdomadaire française », mémoire de fin d'études, Institut d'études politiques de Lyon, septembre 2003.
3. Selon une gradation allant de l'hebdomadaire réputé le plus à droite à celui étant connu pour ses positions les plus à gauche.
4. Pour une étude portant sur un corpus différent (*Elle* et *Le Monde*, dont les lignes éditoriales, les objectifs rédactionnels et les publics visés varient des supports de presse choisis pour notre analyse), voir notamment S. Bonnafous, 2003, « "Femme politique" : une question de genre ? », *Réseaux*, n° 120, p. 119-145.
5. Voir J.-M. Charon, 2001, « La presse magazine, un média à part entière ? », *Réseaux*, n° 105.

traitée de façon plus ordonnée, plus synthétique, est juxtaposé un ensemble de pages pratiques, culturelles, de dossiers sur des faits de société, etc. Proches entre eux dans leur concept, les magazines français traitent principalement de quatre grands thèmes : la politique, l'économie, la société et la culture. La place occupée par chaque thème détermine des positionnements éditoriaux légèrement différents. Ainsi, l'économie est un sujet plus développé dans *Le Point* ou dans *L'Express*, alors que la culture occupe une place importante dans *Le Nouvel Observateur*. Les magazines d'actualité sont censés être le reflet de la société et de ses évolutions alors que les autres magazines se positionnent sur un créneau plus restreint. Apparus en France dès 1964, avec les transformations de *L'Express* et du *Nouvel Observateur*, ils connaissent depuis lors un succès constant. Grâce à une formule originale, un ton différent et la recherche d'une frange nouvelle de lecteurs, ce type de presse a pu se substituer, comme l'a montré l'étude IPSOS-cadre dans les années quatre-vingt, à la lecture régulière du quotidien. Entre 1988 et 1998, malgré les évolutions fluctuantes des titres, les magazines d'actualité ont gagné plus de 300 000 exemplaires en diffusion hebdomadaire⁶.

Nous avons choisi de restreindre le nombre des candidat(e)s étudié(es) afin de pouvoir procéder à une réelle comparaison des discours de ces supports de presse sur les femmes et sur les hommes politiques. Pour la présidentielle, seuls les articles et dossiers concernant Arlette Laguiller et Jean-Pierre Chevènement ont été intégralement étudiés⁷ ; pour les législatives⁸, le choix fut fait en fonction de critères politiques⁹, d'âge, de visibilité médiatique¹⁰ et, bien entendu, de sexe. À partir de ce corpus restreint, nous avons sondé les termes utilisés par les journalistes de magazines afin de dresser une grille d'analyse de leur discours traitant du politique, sous le prisme des représentations de genre. L'objectif était, grâce à une comparaison systématique des articles concernant les candidates et les candidats, de mettre au jour d'éventuelles différences de traitement dans les thèmes abordés, les mots

6. J.-M. Charon, 1991, *La presse en France de 1945 à nos jours*, Paris, Le Seuil, p. 144-145. Ces magazines d'actualité sont souvent appelés *News magazines*.

7. L'approche quantitative du nombre d'articles portant sur chacun des candidats à la présidentielle avait en effet révélé que ces deux candidats bénéficiaient d'un degré à peu près équivalent de médiatisation dans la presse *News* (Jean-Pierre Chevènement étant le troisième candidat le plus visible et Arlette Laguiller la quatrième). Il est à noter par ailleurs la quasi-invisibilité des autres femmes candidates, ce qui restreignait nettement nos possibilités d'étude.

8. Marine Le Pen, Roselyne Bachelot, Martine Aubry, Elisabeth Guigou, Valérie Pécresse, Irène Tharin, Chritiane Taubira, Jacqueline Fraysse, Jack Lang, Olivier Besancenot, Arnaud Montebourg, Bruno Mégret, Jean-Louis Borloo, Stéphane Pocrain, Louis Giscard d'Estaing, Renaud Muselier. Nous avons pris le parti de ne retenir ici que quelques-uns des exemples les plus illustratifs de notre propos.

9. Parmi les seize candidats retenus, huit peuvent être classés à gauche et huit à droite.

10. Il est nécessaire de souligner ici que tou(te)s les candidat(e)s aux législatives n'ont pas bénéficié d'une couverture médiatique dans la presse hebdomadaire nationale.

utilisés, les registres notionnels employés ou encore les catégories de pensée convoquées. La tendance manifeste qui s'est révélée est celle d'un renvoi systématique des femmes politiques à leur « classe sexuelle »¹¹, à travers une attention soutenue portée à leur physique, ainsi qu'un enfermement dans les rôles et qualités socialement acceptés comme « féminins », éléments totalement absents des articles consacrés aux candidats.

Le renvoi au corps et à l'apparence

Les caractéristiques physiques des femmes politiques tiennent une large place dans le discours de la presse hebdomadaire française, bien supérieure à celle consacrée à l'apparence des hommes. Ainsi le corpus d'articles révèle-t-il par exemple de nombreuses références à la chevelure de Marine Le Pen¹² (« blonde enfant de Saint-Cloud »¹³, « grande blonde à la chevelure torsadée », « pétroleuse blonde »¹⁴, « blonde apparition »¹⁵), tandis qu'aucune mention n'est faite des boucles de Jean-Louis Borloo¹⁶ ou de la calvitie de Bruno Mégret¹⁷. Seule la coiffure de Jean-Pierre Chevènement¹⁸ est évoquée : « Chevènement, regard de braise, mèche en bataille »¹⁹. La tenue vestimentaire et la silhouette des femmes politiques font également l'objet d'une grande attention de la part de ces journaux. Marine Le Pen constitue de nouveau une illustration particulièrement révélatrice de cette tendance, ainsi que de l'exigence implicite du respect des rôles de genre. Un article intitulé « Marine Le Pen, "le fils de son père" »²⁰, la décrit notamment en ces termes : « Un tailleur-pantalon lui allonge la silhouette. [...] ce père adoré dont elle a hérité la silhouette massive ». On mesure bien la critique sous-jacente face à ce corps trop imposant, ces formes trop rudes, qui ne cadrent pas avec le corps idéal de la femme²¹. Un autre journaliste la dépeint quant à lui ainsi : « Marine Le Pen, jupe moulante sur talons hauts »²²; il construit ici une image différente de la jeune candidate, qui serait

11. E. Goffman, *op. cit.*, p. 44.

12. 33 ans, candidate Front national dans la 13^e circonscription du Pas-de-Calais.

13. *Marianne*, 10 juin 2002.

14. *Le Point*, 24 mai 2002.

15. *Le Point*, 14 juin 2002.

16. 52 ans, député UMP sortant de la 21^e circonscription du Pas-de-Calais.

17. 52 ans, candidat du MNR à la présidentielle.

18. 63 ans, candidat du Pôle républicain à la présidentielle et député sortant de la 2^e circonscription du territoire de Belfort.

19. *Le Nouvel Observateur*, 7 février 2002.

20. *Le Point*, 24 mai 2002.

21. « La féminité ne renvoie pas au corps réel de la femme, mais au corps idéal, véhiculé par les représentations culturelles d'une société en général, d'un groupe social en particulier. » C. Detrez, 2002, *La construction sociale du corps*, Paris, Le Seuil, p. 150.

22. *Marianne*, 10 juin 2002.

à rapprocher, dans l'appréciation commune, d'une certaine forme de vulgarité²³, dont le titre de l'article se fait l'écho : « Marine Le Pen drague les métallos ». La candidate est ici présentée comme une personne cherchant à recueillir l'adhésion grâce à son physique, mais la tenue arborée ne semble pas correspondre à ce que l'on attend d'une femme politique qui se respecte : en portant des vêtements trop ostensiblement assimilés à la séduction, elle discrédite sa démarche et s'expose à la critique. Roselyne Bachelot²⁴ est quant à elle décrite comme ayant « un franc-parler à l'image de ses tailleurs de couleurs vives »²⁵; on peut estimer que cette association entre la façon de s'exprimer et l'habillement de la candidate, dans un portrait de quelques lignes à peine, n'incite guère à la prendre au sérieux. L'apparence d'Arlette Laguiller fait également l'objet d'une attention médiatique ; ainsi relève-t-on dans un même article²⁶ des occurrences telles que « la liberté de son corps sans apprêt », ou des citations comme « chez moi, j'ai horreur de porter des jupes », marquant le peu de goût de la candidate pour les tenues féminines. Pourtant, l'information implicite délivrée par cette confiance est que la candidate s'impose malgré tout de porter des jupes en public (on trouve par exemple dans le même dossier une référence à l'un de ses « tailleur[s] bleu[s] »). Les goûts personnels sont donc relégués au niveau de la sphère privée, tandis qu'en public s'exerce tout de même un certain nombre de normes vestimentaires qu'il faut respecter. Le corps d'Arlette Laguiller n'est donc pas aussi « libre » qu'il peut le paraître. Du côté des hommes, seuls deux candidats voient leur tenue mentionnée. La « parka noire à capuchon » et le « costume Mugler de rigueur »²⁷ de Jack Lang sont évoqués, avec l'allusion sous-jacente au fait que le candidat travaille et entretient son image d'homme élégant et distingué. Arnaud Montebourg est quant à lui successivement décrit comme « le beau gosse à la cravate bien nouée », à qui « personne ne reproche ses costumes ajustés »²⁸, puis comme un « dandy », habillé d'une « chemise mauve, cravate grège »²⁹. On aurait pourtant pu imaginer que des candidats tels que Stéphane Pocrain³⁰ ou Olivier Besancenot³¹ attireraient l'attention médiatique par leur allure plus décontractée que celle des autres candidats.

23. « Il n'y a pas de signes proprement "physiques" et la couleur et l'épaisseur du rouge à lèvres ou la configuration d'une mimique, tout comme la forme du visage ou de la bouche, sont immédiatement lus comme des indices d'une physionomie "morale", socialement caractérisée, c'est-à-dire d'états d'âme "vulgaires" ou "distingués", naturellement "nature" ou naturellement "cultivés". » P. Bourdieu, 1977, « Remarques provisoires sur la perception sociale des corps », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 14.

24. 55 ans, députée UMP sortante de la 1^{re} circonscription du Maine-et-Loire.

25. *Marianne*, 27 mai 2002.

26. *Le Nouvel Observateur*, 28 mars 2002.

27. *Le Point*, 17 mai 2002.

28. *Marianne*, 20 mai 2002.

29. *Le Nouvel Observateur*, 6 juin 2002.

30. 29 ans, candidat des Verts dans l'Essone.

31. 27 ans, candidat de la LCR à la présidentielle et dans la 19^e circonscription d'Île-de-France.

Inhérent à la question du physique, le champ notionnel de la séduction est également largement présent dans notre corpus. Ainsi peut-on par exemple lire que Marine Le Pen « attire le chaland », « minaude »³² ou qu'elle « papillonne »³³. En revanche, parmi les candidats, seuls Arnaud Montebourg et Jean-Pierre Chevènement illustrent cette tendance. Le premier est « contesté, séduisant, agaçant, mais inévitable »³⁴, mais le renvoi à la séduction s'inscrit ici au sein d'un portrait focalisé sur son charisme, son talent d'orateur (« il rit, il fait rire »³⁵), et nullement sur sa capacité à user réellement de son physique pour convaincre. Certes, son apparence joue probablement un rôle dans la stratégie de séduction adoptée, mais les connotations ne semblent pas aussi négatives que dans le cas de Marine Le Pen³⁶. Le second cas, celui de Jean-Pierre Chevènement, est encore différent. Alain Duhamel écrit : « Jean-Pierre Chevènement a de la chance, car il est d'ordinaire jugé beaucoup plus sur son personnage que sur ses idées. Or le premier est séduisant, alors que les secondes balancent entre ambiguïté et anachronisme. »³⁷ L'allusion cynique qui est ici faite au pouvoir de séduction du candidat a davantage pour but de souligner que ses idées, fragiles, reçoivent finalement un certain écho du fait de la personne qui les énonce. Imaginons la même phrase écrite à propos d'une candidate : le jugement implicite aurait été beaucoup plus sévère, et la femme politique aurait été perçue comme une personne incompetente tentant de masquer ses lacunes derrière son pouvoir de séduction.

La presse hebdomadaire n'épargne par ailleurs pas Arlette Laguiller, en glissant çà et là quelques mots sur le mode de séduction qu'elle semble utiliser elle aussi. On trouve par exemple : « Elle roucoulait déjà sans tricher tout à fait. »³⁸ La seconde partie de la phrase est révélatrice des schémas inconscients véhiculés dans l'idée de séduction : la femme qui séduit triche, elle n'est pas « authentique ». Plus loin dans le même article, on peut lire : « À chacun de ses meetings, elle tance les communistes et les tente à la fois, gentille, sadique, habile. » On a ici le stéréotype de la femme tentatrice, qui jongle entre ses différentes armes de séduction et joue avec son interlocuteur pour arriver à ses fins, avec en creux la référence à la figure biblique d'Ève. On recense également des occurrences du type « la midinette qui s'étale dans les pages de *Gala* », ou encore « elle va séduire des chalands [...] ou embobiner

32. *Marianne*, 10 juin 2002.

33. *Le Point*, 24 mai 2002.

34. *Le Nouvel Observateur*, 6 juin 2002.

35. *Marianne*, 20 mai 2002.

36. « Quand un homme politique "séduit" ses électeurs ou l'opinion publique, cette action est représentée comme quelque chose de complètement légitime, une partie normale de son comportement politique. Mais pour une femme, le fait de séduire porte toujours des connotations négatives. » J. Freedman, 1997, *Femmes politiques, mythes et symboles*, Paris, L'Harmattan, p. 132.

37. *Le Point*, 15 février 2002.

38. *Le Nouvel Observateur*, 28 mars 2002.

des journalistes ». Il est intéressant de constater qu'Arlette Laguiller, pourtant souvent traitée davantage comme une révolutionnaire dévouée à sa cause que comme une femme³⁹, n'échappe pas à cette tendance. Déviantes par rapport à la norme puisque « illégitimes »⁴⁰ en politique, les femmes se voient donc présentées dans notre corpus de presse dans leur singularité de femmes, constamment renvoyées à l'altérité de leur corps. Leurs caractéristiques physiques tiennent une large place dans le contenu journalistique étudié, prenant même parfois le pas sur leurs opinions politiques. Au contraire de personnalités politiques comme les autres – c'est-à-dire comme les hommes –, les femmes politiques semblent rester femmes avant tout, prisonnières d'une enveloppe corporelle qui les distingue des autres acteurs du champ.

L'épouse ou la mère

Les cas sont rares de candidates pour lesquelles on ne fait mention ni du mari, ni des enfants⁴¹. Le cas d'Irène Tharin⁴² semble à cet égard révélateur. Dans un relativement court portrait du *Point*⁴³ est ainsi condensé l'ensemble des représentations symboliques associées à la figure féminine⁴⁴. Le journaliste attaque en disant : « Elle pourrait être la mère de son rival, Pierre Moscovici. » Dès les premiers mots, la candidate est renvoyée à sa féminité et à ce qui constitue son « essence », la maternité. La seconde phrase poursuit dans cette voie : « Avant d'être une femme politique, Irène Tharin est une mère de famille de six enfants, qui a toujours soutenu son mari dans la marche de l'entreprise créée lorsqu'ils n'avaient que vingt ans ». Cette phrase semble souligner que la politique peut tolérer l'entrée des femmes, mais tant que celles-ci restent avant tout des mères et des épouses. La candidature d'Irène Tharin est légitime dans la mesure où elle ne manque pas à ses devoirs premiers de femme. La seconde partie de la citation renseigne quant à elle sur les rôles traditionnels assignés à chaque membre d'un couple : aux hommes les responsabilités économiques, aux femmes l'éducation des enfants et le soutien du mari. La candidate

39. « la Vierge rouge », « sainte Arlette » (*Marianne*, 25 mars 2002).

40. M. Sineau, 1988, *Des femmes en politique*, Paris, Economica.

41. Une observation corrélée notamment par les travaux de la britannique K. Ross : « [...] a very cursory comparison of news reports which feature women and men would demonstrate that women's age and marital status is nearly always included in such reports and certainly included much more often than in stories which report on men. » K. Ross, 2003, « Women politicians and mainstream media : a game of two sides », Centre for Advancement of Women in Politics, School of Politics, Queens University Belfast, Occasional paper n° 1, p. 7.

42. 63 ans, candidate investie UMP dans le Doubs.

43. *Le Point*, 14 juin 2002.

44. À noter tout de même que cet article est issu d'un hebdomadaire connu pour son positionnement politique à droite et que l'on peut légitimement se demander si de tels portraits pourraient voir le jour dans des supports de presse aux ancrages politiques différents.

apparaît comme admirable, loyale, car elle n'a failli à aucun de ses rôles. On lit plus loin : « Bravant son mari en 1981, elle vote Mitterrand. » La profondeur des représentations associées aux rôles et au partage des sphères, privée et publique, est ici patente : en 1981, alors que les femmes votent depuis 1945, il est encore nécessaire pour certaines de passer outre la volonté de leur mari pour affirmer leurs idées face aux urnes.

À l'inverse, Arlette Laguiller se voit régulièrement, bien qu'implicitement, reprocher le fait de ne jamais avoir été mère, ainsi que celui de ne livrer aucun détail de sa vie sentimentale⁴⁵. Ainsi l'un des articles⁴⁶ commence-t-il dès le chapeau avec les mots « Portrait d'une célibataire dont la foi en la révolution a démodé le parti communiste ». Insérer le célibat d'Arlette Laguiller dès le chapeau prouve à quel point, d'une part, le sujet est vu comme susceptible d'intéresser les gens, et d'autre part, il constitue un fait marquant, car profondément déviant par rapport à la norme. Un article intitulé « Qui vote Arlette ? »⁴⁷ débute en outre ainsi : « "J'aime un homme, mais je le cache", confiait Arlette Laguiller à *Gala*. » Une grande attention journalistique semble donc être portée à la vie sentimentale de la candidate. Il semble peu hasardeux d'affirmer que l'enjeu ne serait pas aussi grand pour un homme de 62 ans célibataire et qu'il n'aiguiserait pas autant les curiosités. Mais il s'agit ici d'une femme, et puisqu'elle ne s'est jamais mariée et n'a pas eu d'enfants, on use pour la décrire du champ notionnel de la religion : « une vie de femme épurée, asséchée par la lutte », « sainte mère laïque des usines », « icône sacrée des ateliers »⁴⁸, « sainte Arlette », « Vierge rouge », « canonisée quasi », « Laguiller est une sainte »⁴⁹, « grande prêtresse du trotskisme »⁵⁰. Si elle n'a pas rempli les rôles féminins traditionnels, c'est donc qu'elle a consacré sa vie à une autre « fonction féminine » : le don de soi. « Pour ça qu'elle n'a pas eu d'enfants. Le peuple, c'est sa famille. »⁵¹ Arlette Laguiller n'a pas été mère dans la sphère privée, elle le sera donc, à travers sa lutte politique, dans la sphère publique. Aussi est-elle décrite comme « la petite mère du peuple », ou encore « la matrone des Komintern »⁵². Elle s'est vouée aux autres, ce qui lui permet d'être conforme à l'identité féminine socialement élaborée. Le jugement négatif qui pourrait être porté sur une femme ne se conformant pas à ces règles se trouve

45. D. Dulong et F. Matonti expliquent ainsi qu'« au rebours des journalistes, la plupart [des femmes politiques] ne mettent pas en avant leur être privé ». D. Dulong, F. Matonti, « L'indépassable féminité. La mise en récit des femmes en campagne », communication au colloque *La mobilisation électorale municipale : permanences et mutations*, Lille, 10-11 janvier 2002.

46. *Le Nouvel Observateur*, 28 mars 2002.

47. *L'Express*, 28 mars 2002.

48. *Le Nouvel Observateur*, 28 mars 2002.

49. *Marianne*, 25 mars 2002.

50. *Marianne*, 11 mars 2002.

51. *Marianne*, 25 mars 2002.

52. *Le Nouvel Observateur*, 28 mars 2002.

ainsi évité par la construction d'un personnage féminin à la vie austère, entièrement dévoué aux autres.

Il est intéressant de constater qu'à l'inverse, aucun des portraits de candidats ne fait allusion à l'épouse ou aux enfants. Seule Catherine Mégret est évoquée⁵³, mais dans le seul but de mentionner certains actes délictueux du couple. Plusieurs femmes de candidats ont pourtant fait l'objet d'une grande attention médiatique lors de la campagne présidentielle, mais elle découlait manifestement dans ces cas-là d'une stratégie de communication à l'attention des électeurs⁵⁴.

La fille ou la protégée

Si la présence d'une influence masculine est quasiment toujours mise en avant par les journalistes lorsqu'une candidate est évoquée, les figures qu'elle revêt sont diverses : il peut s'agir d'un père ou de tout autre ascendant familial, mais également d'un homme du même parti, qui la pousse ou lui facilite les choses grâce à l'importance de sa situation. Le cas typique est celui de « la fille de », illustré par la figure de Marine Le Pen. Aucun article ne fait l'économie d'une allusion au président du Front national. Dans un article de *Marianne*⁵⁵, elle est très clairement comparée à son père : « Marine a su montrer, sur un plateau de télé, le soir du second tour, l'aplomb et la violence de Le Pen, elle était digne de porter son nom », « celle qui se présente comme “le clone” de son père », « Le Pen, la fille jouera son jeu ». Elle représente aux yeux du journaliste l'incarnation féminine de son père, « le fils que Jean-Marie n'a pas eu », ce qui laisse imaginer qu'elle n'aurait pas eu cette place en politique si elle avait eu un frère. On peut avancer que cet état de fait résulte de la grande notoriété de son père, et c'est d'ailleurs ce que semble confirmer le portrait de Louis Giscard d'Estaing : il est présenté comme le cadet de l'ancien président de la République, et le journaliste souligne qu'il « va peut-être enfin se faire un prénom »⁵⁶. Pourtant, le nombre de portraits de candidates mentionnant une influence masculine, autre que celle du père, semble infirmer cette hypothèse. En effet, les ascendants familiaux qui auraient « poussé » les candidates à se lancer en politique sont très régulièrement évoqués. Ainsi peut-on lire de Valérie Pécresse⁵⁷ que « la famille est corrézienne et son grand-père a soigné Laurence, l'ainée des filles Chirac »⁵⁸ ou d'Irène Tharin que « la

53. *Le Nouvel Observateur*, 6 juin 2002.

54. C. Restier-Melleray, 1999, « La femme du présidentiable. Une figure engagée », P. Mazet, Y. Poirmeur éd., *Le métier politique en représentation*, Paris, L'Harmattan, p. 89-159.

55. *Marianne*, 13 mai 2002.

56. *Le Point*, 14 juin 2002.

57. 34 ans, candidate UMP dans la 2^e circonscription des Yvelines.

58. *Le Point*, 14 juin 2002.

politique, on en parlait beaucoup chez ses parents immigrés italiens »⁵⁹. Lorsqu'on ne remarque pas de référence à un ascendant lui-même impliqué en politique, on trouve donc des allusions à un contexte favorable à l'intérêt pour la politique. L'influence masculine se traduit également par l'impulsion donnée par un autre homme politique. C'est le cas pour Valérie Pécresse, que l'on trouve présentée comme « la chouchoute de Chirac »⁶⁰, ou encore pour Arlette Laguiller, pour laquelle on explique que « c'est Hardy qui va décider de présenter Arlette Laguiller à la présidentielle de 1974, Hardy qui va miser sur l'obstination, la loyauté, le sérieux de sa "visiteuse maison" »⁶¹. Dans les deux cas, on ressent donc l'arrivée en politique de ces femmes comme le résultat d'une volonté masculine. À l'inverse, aucun des hommes politiques de notre corpus n'est présenté comme le « protégé » de tel ou tel autre acteur du champ, ce qui est révélateur des schèmes de pensée à l'œuvre lorsqu'il s'agit du politique : celui-ci est fondamentalement masculin, ce qui implique pour les femmes d'avoir des appuis pour y accéder. Jane Freedman explique ainsi que « les femmes politiques se définissent presque toujours par rapport aux hommes, car pour gagner de la légitimité, il faut qu'elles soient représentées en relation avec un homme »⁶².

La femme politique « féminine »

Il existe une dualité dans les profils de femmes politiques brossés par la presse hebdomadaire : soit elles sont présentées au travers de leurs qualités typiquement « féminines », c'est-à-dire en mettant en avant douceur, sensibilité, écoute, sincérité, etc. ; soit elles sont dépeintes comme battantes, fondeuses, ayant adopté des caractéristiques plutôt « masculines » pour réussir à se faire accepter en politique. Les magazines d'actualité se font ainsi l'écho de représentations communes, en multipliant tout d'abord les portraits de femmes typiquement « féminines » dans leurs comportements et leurs qualités. Ainsi le parcours d'Irène Tharin est-il décrit en ces mots : « Irène grandit à la JOC, et, dès l'adolescence, s'engage en organisant une collecte de vêtements pour une famille maghrébine vivant en roulotte. Voilà une vie tracée : elle vivra en chrétienne engagée, représentante de parents d'élèves ou militante à l'aide à l'enfance malheureuse. »⁶³ La candidate regroupe ici tous les stéréotypes féminins de la charité, du souci de l'autre, de l'aide à l'enfance. C'est une mère de famille nombreuse qui s'occupe à ses heures perdues d'aider les gens autour

59. *Ibid.*

60. *Le Point*, 14 juin 2002.

61. *Le Nouvel Observateur*, 28 mars 2002.

62. J. Freedman, *op. cit.*, p. 159.

63. *Le Point*, 14 juin 2002.

d'elle. Une fois engagée en politique, elle ne cessera de coller aux mêmes représentations puisqu'elle sera nommée par le maire « adjointe aux affaires sociales » ; bien souvent, le rappel des fonctions exercées – Elisabeth Guigou, « ancienne ministre de l'Emploi et de la Solidarité »⁶⁴, Jacqueline Fraysse⁶⁵, « une spécialiste des questions de santé »⁶⁶, ou encore Martine Aubry⁶⁷, « ancienne ministre des Affaires sociales »⁶⁸ – donne ainsi l'opportunité de rappeler que les femmes occupent plus largement certaines catégories de postes, relatives à l'aide aux personnes, au domaine social ou à la solidarité. Des allusions à certaines valeurs, certains comportements, comme dans le cas de Christiane Taubira – « on peut compter sur elle pour défendre des valeurs souvent galvaudées, comme la générosité ou la solidarité »⁶⁹ – ou de Jacqueline Fraysse – « ce n'est pas seulement la "maire courage" révélée lors de la tuerie de Nanterre »⁷⁰ –, contribuent enfin à entretenir un idéal-type de la féminité, une identité de genre conforme à l'acception commune.

La femme politique « masculine »

L'autre modèle que l'on trouve dans la presse hebdomadaire est celui de la femme politique qui a intériorisé les règles « masculines » du pouvoir afin de se trouver elle-même une place dans la sphère publique. On dénote de fait un certain regard négatif porté sur ces femmes qui ne « tiennent pas » leur rôle, qui préfèrent transgresser les règles pour se faire une place en politique. C'est le cas, nous l'avons vu plus haut, de Marine Le Pen, très souvent comparée à son père et « masculinisée » dans plusieurs portraits. *Marianne*⁷¹ explique ainsi qu'elle a « l'aplomb et la violence de Le Pen », ou qu'elle « incita son père à la plus extrême brutalité » lors de la trahison des mégrétistes. Les traits de caractère qu'on lui reconnaît sont bien loin de ceux de la femme traditionnelle. Il en va de même pour Martine Aubry, décrite comme « une femme de tempérament, compétente et pugnace (même si un peu plus de tendresse serait parfois appréciée) »⁷². On voit bien la sanction médiatique face à cette femme qui transgresse les règles du genre ; il est admis qu'elle est compétente et déterminée, tout comme un homme, mais on lui reproche son manque de féminité à travers l'allusion à la tendresse. À trop vouloir coller au modèle « masculin »,

64. *L'Express*, 13 juin 2002.

65. 55 ans, députée sortante de la 4^e circonscription des Hauts-de-Seine.

66. *Marianne*, 27 mai 2002.

67. 52 ans, candidate PS dans la 5^e circonscription du Nord.

68. *Le Nouvel Observateur*, 13 juin 2002.

69. *Marianne*, 27 mai 2002.

70. *Ibid.*

71. *Marianne*, 13 mai 2002.

72. *Marianne*, 27 mai 2002.

les femmes semblent en somme « trahir leur rôle de genre »⁷³ et perdre aux yeux de la collectivité l'essence même de leur féminité.

Le cas d'Arlette Laguiller présente, encore une fois, un visage singulier et particulièrement révélateur, en offrant un mélange intéressant des deux modèles étudiés. En effet, célibataire, sans enfant, dévouée à la lutte politique, « résolue, inspirée, habitée »⁷⁴, possédant « l'image d'une femme fidèle à ses idées, qui cogne, ne transige pas »⁷⁵, elle incarne, d'un côté, le prototype de la femme politique « masculine ». Mais d'un autre côté, comme nous l'avons vu précédemment, toute une imagerie de la « petite mère du peuple » est développée pour la décrire en femme « sincère », qui « se veut vraie »⁷⁶. Le tournant, semble-t-il, se situe lors d'une émission de radio durant laquelle Arlette Laguiller s'est mise à pleurer. Nombreux sont les articles qui remémorent cette anecdote comme si elle représentait le passage d'une vision de la candidate à une autre. On trouve d'ailleurs ce genre de commentaires : « Une sorte de matrone des Komintern que l'on pensait cuirassée par les luttes et que l'on sait maintenant fragile pour l'avoir entendue pleurer en direct à la radio », « Humaine Arlette, qui pleure quand on la contrarie [...]. Ça l'humanise de pleurer. Hier, certains la présentaient comme incapable de sentiments humains. »⁷⁷ L'intrusion des larmes dans le personnage d'Arlette Laguiller semble avoir totalement bouleversé, réorienté l'image que l'on avait d'elle. On peut presque parler d'un épisode rassurant, et quelque part salvateur : oui, elle est bel et bien une femme, qui pleure quand on l'attaque. Les catégories de genre sont sauvées ; celle qui s'apparentait trop à un homme est redevenue aux yeux de tous une femme, sensible et fragile.

Il est important de noter qu'aucun des candidats du corpus n'est quant à lui décrit avec des qualités « féminines ». De même qu'on ne trouve aucune allusion à leur épouse ou à leurs enfants, on ne voit nulle part de mention de leur tendresse ou de leur générosité. Jean-Louis Borloo est « en colère »⁷⁸, Stéphane Pocrain est « rompu aux joutes politiques »⁷⁹ (ce genre d'expressions ne serait probablement pas utilisé dans le portrait d'une candidate du même âge – 27 ans) et Renaud Muselier⁸⁰ « “Le gentil Renaud” veut bien être bon, mais il ne veut plus passer pour un con »⁸¹, comme si la gentillesse était un handicap pour un homme politique. Ceci semble aller à l'encontre de récentes

73. P. Leroux, C. Sourd, 2005, « Des femmes en représentation. Le politique et le féminin dans la presse », *Questions de communication*, n° 7.

74. *Marianne*, 25 mars 2002.

75. *L'Express*, 7 mars 2002.

76. *Le Nouvel Observateur*, 28 mars 2002.

77. *Ibid.*

78. *Marianne*, 27 mai 2002.

79. *Le Point*, 14 juin 2002.

80. 42 ans, député UMP sortant de la 5^e circonscription des Bouches-du-Rhône.

81. *Le Nouvel Observateur*, 6 juin 2002.

recherches ayant pointé la possibilité d'une certaine « féminisation » de l'entrepreneur politique masculin.

Simone Bonnafous⁸² souligne en ce sens que les marques d'un *ethos* traditionnellement associé aux femmes sont à présent repérables chez certains hommes politiques, dans la mesure où certaines de ces caractéristiques sont aujourd'hui censées plaire aux électeurs⁸³. Ainsi évoque-t-elle le sourire omniprésent de Jean-François Mattei à « Cent minutes pour convaincre »⁸⁴ ou l'aveu de doutes et de risques d'échec de Nicolas Sarkozy sur la Corse dans la même émission⁸⁵. Elle souligne également la façon « économique » qu'ont certains hommes politiques de faire montre de qualités féminines en mettant en avant leur femme, que ce soit dans le cadre de la compétition électorale (comme lors de la présidentielle de 2002) ou de la communication politique des élus (elle cite notamment en exemple les rôles joués par Cécilia Sarkozy et Isabelle Juppé).

Femmes plus que politiques ?

L'étude réalisée semble pourtant confirmer l'hypothèse de l'existence d'un traitement médiatique sexué du personnel politique dans la presse d'information hebdomadaire en France. Or, les catégories de pensée développées dans le discours journalistique renvoient manifestement les femmes politiques à leur genre, en les faisant apparaître comme femmes davantage que comme actrices politiques. Contribue-t-il ainsi à les exclure symboliquement du champ, ou les fait-il apparaître comme une alternative bienvenue au personnel politique traditionnel entré en désaffection ? Si des études telles que celles réalisées par Marie-Joseph Bertini⁸⁶ ou encore Jane Freedman⁸⁷ tendent à voir un lien de cause à effet entre le discours tenu par les médias sur les femmes politiques et leur difficulté à investir le champ, l'analyse de Delphine Dulong et Frédérique Matonti⁸⁸ propose quant à elle une explication différente : selon les chercheuses, la loi dite « sur la parité » aurait permis, au moment des

82. S. Bonnafous, art. cité.

83. M. Sineau écrit à ce propos : « Cette croyance très répandue en des qualités féminines particulières – croyance non toujours dénuée d'un certain attachement à des stéréotypes sexuels très traditionnels, je pense à l'« intuition » prêtée aux femmes – explique qu'une partie de l'opinion adhère à l'idée selon laquelle les femmes seraient porteuses d'un renouveau politique, sur le fond comme sur la forme. » M. Sineau, 1998, « La féminisation du pouvoir vue par les Français et par les hommes politiques. Images et représentations », J. Martin éd., *La Parité. Enjeux et mise en œuvre*, Toulouse, Presses universitaires du Mirail, p. 70.

84. Le 22 octobre 2002, sur France 2.

85. Le 9 décembre 2002.

86. M.-J. Bertini, 2002, *Femmes. Le pouvoir impossible*, Paris, Pauvert.

87. *Op. cit.* (v. note 36).

88. D. Dulong, F. Matonti, art. cité.

municipales de 2001, que la presse devienne le vecteur d'une valorisation des qualités dites « féminines », dressant ainsi « un portrait idéalisé de l'élu(e) qui stigmatise en creux les professionnels tout en opérant une redéfinition des qualités requises en politique »⁸⁹. Mais selon l'interprétation de Marion Paoletti⁹⁰, le « moment paritaire », qui aurait rendu possible la constitution en qualités des caractéristiques dites « féminines », se serait achevé en 2002, refermant ainsi la « parenthèse enchantée » qu'il avait ouverte pour la construction du genre en politique. La question de l'influence des représentations de genre diffusées par les médias reste donc entière. Le constat d'un renvoi systématique des femmes à leur identité sexuée traditionnelle demeure patent, mais son implication dans le déséquilibre entre femmes et hommes dans le champ politique ne semble pas s'expliquer de façon univoque. Alors qu'une forte légitimité juridique a été octroyée aux femmes à l'occasion de la loi sur la parité, il semble pourtant que la question de leur légitimation symbolique dans le champ politique soit un point nodal de l'évolution vers une véritable parité en politique.

89. *Ibid.*

90. M. Paoletti, 2005, « Utiliser le genre comme variable distinctive : un fugace enchantement », *Questions de communication*, n° 7.